

DAS INVESTMENT

Position



Kunde

FPSB Financial Planning
Standards
Board e.V.

Seite
Rubrik

64

Ausgabe
01.02.2011/Nr. 2/2011

Heftumfang 92 Seiten
Medienart Printmedien
Medientyp Special Interest
Erscheinungsweise monatlich
Branche Finanzanlage
Bundesland Überregional
Nielsengebiet nicht zugeordnet

Auftrags-Nr. 21125
Kunden-Nr. 16692
Thema-Nr. 154.025

Suchbegriff(e) 1. CFP Certified Financial Planners

Verlag Fonds & Friends Verlagsgesellschaft mbH, 22303 Hamburg, Goldbekplatz 3-5, Tel.: 040 40199950, Fax: 040 40199960
E-Mail: info@dasinvestment.com, URL: www.dasinvestment.com

Redaktion Das Investment Redaktion, 22303 Hamburg, Goldbekplatz 3-5, Tel.: 040 40199950, Fax: 040 40199960
E-Mail: info@dasinvestment.com, URL: www.dasinvestment.com

Publikation	AAW***	Auflage *		Reichweite** (in Mio.)	Medien-Nr.	
		verkauft	verbreitet gedruckt			
Das Investment	27.916,00	26.033	41.707	46.000 †	0,21 †	93114
Quelle(n): *1. IWW ** a. gewichtet ***Anzeigenäquivalenzwert auf Basis des ges. Artikels in €						

© AUSSCHNITT Medienbeobachtung



427120856

154.025

20 AAW

Hauptausgaben

9311411032

▲ Berechnet > 1: 2



AUSSCHNITT

MEDIENBEOBACHTUNG

427.120.856 [30]

Deutsche Medienbeobachtungs Agentur GmbH | Media Monitoring Agency | Agence d'Observation des Médias
Postfach 11 03 80 | D-10833 Berlin | Gneisenaustraße 66 | D-10961 Berlin, Germany | Tel: +49 30 203987 - 0
Fax: +49 30 203987 - 77 | sales@ausschnitt.de | www.ausschnitt.de

Agent Müller jagt Kollegen

Top-Berater sind gefragt wie lange nicht. Um sie für sich zu gewinnen, ist Vertrieben heute fast jedes Mittel recht

„Um einen Vertriebsmitarbeiter zu gewinnen, müssen im Schnitt 9,2 Bewerbungen generiert und 4,5 Bewerbungsgespräche geführt werden“

Quelle: MC4MS, Recruiting-Studie

→ Markus Müller ist jung und smart.

Er weiß Menschen einzuschätzen. Seit wenigen Wochen arbeitet er für einen aufstrebenden mittelständischen Vertrieb. Nun beobachtet er Kollegen und Vorgesetzte genau, registriert Charaktereigenschaften und die Anzahl ihrer Vertragsabschlüsse, macht heimlich Notizen. Seine Erkenntnisse meldet er – allerdings nicht an seinen Arbeitgeber. Müller ist ein Trojaner. Was nach Spionageroman klingt, ist die neuste Methode, um an Top-Talente im Finanzvertrieb heranzukommen. Headhunter setzen nicht mehr nur auf Anzeigen und Erstkontaktgespräche am Telefon, sie rücken den Talenten nun auch per Undercover-Einsatz auf den Pelz.

30 Trojaner umfasst die Task Force, die eine Unternehmensberatung unter Vertrag hat. „Wir lernen auf diese Weise viele Talente aus mittelständischen Unterneh-

men kennen. Wer geeignet scheint, dem schicken wir als Nächstes einen von uns instruierten Probekunden zur Beratung“, sagt der Experte, der seinen Namen aufgrund des umstrittenen, auf Diskretion beruhenden Ansatzes nicht veröffentlicht sehen möchte. Bis zur Einladung zum offiziellen Interview kennt der Headhunter den Vertriebsmann schon in- und auswendig.

Lukrative Abwerbepremien

Die Branche ist ständig auf der Suche nach Beratern für Finanzvertriebe, Bankvertriebe und Versicherungen – ein lukratives Geschäft, denn die Prämien steigen ständig. Für freie Makler werden nun statt 2.000 Euro 4.000 Euro Prämie gezahlt, im Bankenvertrieb ist das Zehnfache möglich.

Allerorts sichern sich Produktgeber durch Zukauf oder Beteiligung an Vertrieben

und Maklerpools (siehe DAS INVESTMENT 8/2009) den Zugriff auf Absatzpotenzial – und auf schlagkräftige Vermittler. Diese bilden oftmals den entscheidenden Engpass für weiteres Wachstum. Zwei Drittel der Personalbeauftragten von Finanzdienstleistern schätzen laut einer Studie des Beratungsunternehmens MC4MS die Bedeutung des Recruitings als sehr hoch ein; drei Viertel glauben, dass die Anwerbung von Beratern immer wichtiger wird. 58 Prozent setzen dafür unter anderem auch Headhunter ein, die im Schnitt 12 Prozent eines Jahresgehaltes des neuen Mitarbeiters erhalten. Häufig sind bestehende Mitarbeiter an der Suche nach neuen Kollegen beteiligt. „Mehr als zwei Drittel der Vermittler sind in Finanzvertrieben aktiv in die Mitarbeitergewinnung eingebunden“, sagt Sven Mittrach, You Gov Psychonomics. Laut dem Marktforscher werden drei



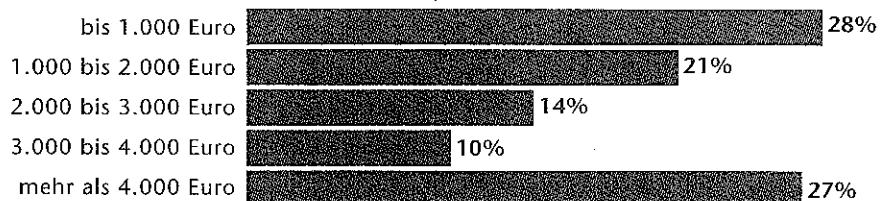
FOTO: ISTOCK

Viertel der Vertriebler bei der Jagd nach neuen Kollegen von ihren Führungskräften unterstützt und belohnt. „Einen neuen Vertriebsmitarbeiter zu gewinnen kostet durchschnittlich knapp 3.000 Euro. Rund 1.300 Euro Erfolgsprämie bekommt ein Berater, wenn er einen passenden neuen Kollegen wirbt“, sekundiert Klaus J. Fink, der die MC4MS-Studie mitentwickelt hat. Beratergewinnung durch Berater ist auch für MLP ein Faktor. „Wir setzen auf Hochschulfestivals, Jobbörsen und Stellenanzeigen“, sagt Ralf Kreienkamp, Leiter Personalentwicklung bei MLP, der keine Zahlen zu Bewerberzahl und zur Fluktuation nennt. Externe Personalberater würden nur in Einzelfällen eingesetzt. Ob Neueinsteiger von der Hochschule, Bankberater oder Versicherungsmakler – einen Schwerpunkt bei der Suche kann Kreienkamp nicht ausmachen, wichtig sei →

Was kostet es, einen neuen Berater zu finden?

Personalverantwortliche im Finanzvertrieb wurden nach den Gesamtkosten¹⁾ für die Gewinnung eines neuen Vertriebsmitarbeiters befragt.

Ergebnis: **Im Durchschnitt müssen 2.810 Euro aufgewendet werden**



1) Recruitingkosten, Abwerbprämien, Fixkosten etc.

Quelle: MC4MS



Gediegenes Setting im Hotel Atlantic: Ronald Wimmer (links), Stanton Chase, im Gespräch mit Oliver Lepold, DAS INVESTMENT

DAS INVESTMENT: Wie lautet Ihr aktueller Auftrag?

Ronald Wimmer: Ich habe ein Mandat, für einen norddeutschen Fondsinitiator eine Führungskraft zu finden, die etwas von Bankenvertrieb versteht. In der Regel dauert das drei Monate vom Auftrag bis zum Abschluss.

Wie lautet Ihre Methode?

Wimmer: Das Wichtigste ist für mich, das Einmalige im Unternehmen und die Begeisterung zu verstehen, die der Auftraggeber für sein Unternehmen empfindet. Dann kann ich diese auch transportieren. Dazu spreche ich mit dem zentralen Entscheidungsträger und dem direkten Vorgesetzten desjenigen, der für eine Position gesucht wird. Letzterer bewertet die Resultate und die Art zu arbeiten. Ich erstelle ein 10 bis 15 Seiten starkes Anforderungsprofil. Dann überlegen wir gemeinsam, wo so ein Mann derzeit tätig sein könnte und wo die Zielkultur ähnlich ist wie diejenige, für die wir suchen.

Und wie finden Sie den Richtigen?

Wimmer: Für mich arbeiten kommunikationsstarke Damen, Searcherinnen, die Datenbanken filtern und geeignete Kandidaten direkt ansprechen. Soziale Netzwerke wie Xing sind dabei eine große Möglichkeit. Das erste Audit findet durch die Damen statt, beispielsweise sprechen sie 100 Unternehmen an, finden 40 Kandidaten. 20 davon sind vielleicht spannend, 10 Profile bekomme ich, mit diesen Kandidaten telefoniere ich, meist abends oder am Sonntagnachmittag.

Warum dann?

Wimmer: Dann sind sie entspannt und zugänglich – wann sonst redet man am

Headhunter auf der Jagd

„Drei Punkte müssen passen“

Ronald Wimmer ist seit 15 Jahren als Headhunter in der Finanzbranche unter anderem für die internationale

Personalberatung

Stanton Chase aktiv.

DAS INVESTMENT traf ihn unmittelbar nach Bewerber-Interviews im Hamburger Nobelhotel Atlantic

liebsten über sein Leben? Tagsüber haben Top-Leute keine Zeit, falls doch, ist das verdächtig. Am Ende treffe ich fünf, spreche rund zwei Stunden mit ihnen und finde hoffentlich einen, der passt.

Zwei Stunden Interview und ein telefonisches Vorgespräch reichen?

Wimmer: In der Regel ja. Es geht darum, drei Fragen zu klären: Kann unser Mann es fachlich, passt er in die Unternehmenskultur, und hat er einen plausiblen Grund zu wechseln? Bei Zweifeln führe

ich Aufhellungsgespräche. Ich frage Zeugnis-Ersteller, wie der Kandidat im früheren Job war.

Was für Gehälter werden bezahlt?

Wimmer: Die Positionen für Sachbearbeiter fangen bei 70.000 Euro an, bei höheren Positionen wird meist ein Fixum von 100.000 bis 150.000 Euro vereinbart. Mit variablen Anteilen kann es dann siebenstellig werden. 2006 bis 2008 wurden derart hohe Gehälter häufiger gezahlt. Da werden wir auch wieder hinkommen.

Welche Rolle spielt die Qualifikation?

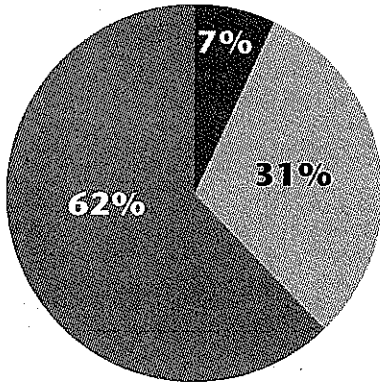
Wimmer: Früher zählte nur das reine Vertriebs-talent. Jetzt stehen wir im Spannungsfeld von Beraterhaftung und Qualitätsoffensiven, und natürlich wird die Qualifikationsfrage wichtiger. Im Bankenvertrieb wird oft ein Ausbildungs-niveau vorgegeben. Viele präferieren eine interne bankbetriebswirtschaftliche Ausbildung gegenüber einem externen Studium. Der Certified Financial Planner gilt bei Finanzvertrieben als erstklassiges Entry. Im Private Banking sind bestimmte akademische Ausbildungen Pflicht.

Gibt es spezielle Voraussetzungen für Berater im Wealth Management?

Wimmer: Sie müssen stets die Sprache ihrer Kunden sprechen. Im höchsten Beratungssegment müssen sie auch parkett-sicher sein, eine adelige Herkunft zum Beispiel im Family-Office-Vertrieb ist eine gute Voraussetzung. Es reicht nicht, Golfspieler zu sein. Sie müssen über Jagd, Pferde, klassische Musik reden können. Je reicher der Kunde, desto wichtiger ist es, als Berater als facettenreicher, interessanter Mensch rüberzukommen. Wer das schafft, wird erfolgreich sein.

Xing & Co. im Recruiting

Viele deutsche Top-Unternehmen finden, dass soziale Netzwerke wie Xing die Personalbeschaffung erleichtern



- Xing & Co. erschweren Personalsuche
- Xing & Co. vereinfachen Personalsuche teilweise
- Xing & Co. vereinfachen Personalsuche stark

Quelle: Recruiting Trends 2010

die Einnordung in das MLP-Vertriebskonzept: „Unabhängig von der Qualifikation durchläuft jeder neue Kollege eine zweijährige Grundausbildung, um unsere Qualitätsstandards umzusetzen.“ Für Positionen unterhalb der Führungsebene sind Soft Skills und Qualifikationen jedoch meist weitaus weniger wichtig als Vertriebs Erfahrung und insbesondere die Leistung des Bewerbers. „Die Auftraggeber lassen sich die Produktionszahlen der letzten drei Jahre meiner

„Einen neuen Vertriebsmitarbeiter anzuwerben, kostet ein Unternehmen im Schnitt mehr als 2.800 Euro“

Kandidaten zeigen“, sagt eine Personalberaterin, die ungenannt bleiben will. Eine hohe Stornoquote sei dabei nicht unbedingt ein Hindernis, was zählt, sei in erster Linie das Durchsetzungsvermögen – insbesondere Bankberater haben oft ein Problem mit der Abschlussstärke.

Verkaufsschwache Bankberater

„Banker können schlecht verkaufen und noch viel schlechter akquirieren“, bringt es Thomas Münzel, Chef der Unternehmens- und Personalberatung New Bizz auf den Punkt. Viele seien in den vergangenen Jahren auf den freien Markt gekommen, trotz guter Ausbildung haben sie es zunächst schwer. „Nur einer von zehn findet den Direkteinstieg in den Maklervertrieb“, so Münzel, der Banken beim Aufbau von mobilen Vertriebssystemen unterstützt, und für Vertriebe, die sich von ihrer Stammorganisation trennen wollen, die Finanzierung besorgt. Ein anderer Trend, der seit der Finanzkrise spürbar ist: Der Wunsch nach Sicherheit, der bisweilen sogar den Faktor Unabhängigkeit des freien Maklers schlägt. Bis zu zwei Jahre lang Fixgehälter bei Neueinstieg lassen viele freie Makler bei Versicherungstöchtern anklopfen. Dort besteht Bedarf, denn die Branche altert, und viele Vermittler in der Ausschließlichkeit stehen vor dem Ruhestand. Fakt ist: Das Reservoir versierter Fachkräfte stagniert und nimmt mittelfristig

eher ab, da der Nachwuchs heutzutage längere Ausbildungswege beschreitet. Umso mehr verschärft sich der Kampf um die Top-Berater. Die Studie „Recruiting Trends“, die die 1.000 Top-Unternehmen Deutschlands unter die Lupe nahm, unterstreicht dies: Mehr als ein Drittel der Finanzdienstleister rechnete mit mehr als 100 Vakanz für das Jahr, ein Viertel mit einem Personalbedarf von 40 bis 100 neuen Stellen. 37 Prozent sagten, die Besetzung sei sehr schwierig, 5 Prozent hielten sie gar für unmöglich. Der Kampf um die Talente wird härter. | Oliver Lepold

Welche Recruiting-Methoden führen zum Erfolg?

(Bewertung in Schulnoten)

Direktansprache persönlich	1,5
Direktansprache telefonisch	1,8
Empfehlung durch Mitarbeiter	2,1
Direktansprache nach Testkauf	2,8
Nutzung des eigenen Kundenpotenzials	2,8
Anzeigenschaltung Internet-/Jobbörsen online	3,0
Beauftragung Headhunter	3,2
Fachmessen/Fachveranstaltungen	3,7
Schul-/Hochschulmarketing	3,9
Anzeigenschaltung Print	4,0
Arbeitsamt	5,0

Quelle: MC4MS

Karrierewechsel: Deutsche Promis mit Wurzeln in der Finanzdienstleistungsbranche



Frauke Ludwig
Früher: Bankkauffrau (Lehre), Stadtparkasse Wunstorf
Heute: Moderatorin von Promi-Magazinen bei RTL („Exclusiv“)



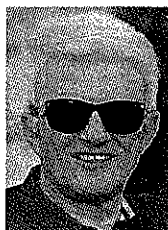
Oliver Pocher
Früher: Versicherungsvertreter (Lehre bei Signal Iduna Bauspar AG), Job bei Swiss Life und HDI-Gerling
Heute: Entertainer, Komiker, Musiker



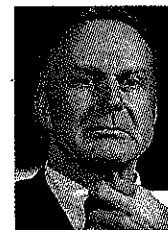
Ruth Moschner
Früher: Banklehre bei der Deutschen Bank (abgebrochen)
Heute: Moderatorin („Big Brother“) und Autorin („Dicke Möpse“)



Kai Pflaume
Früher: Aktienhändler an der Frankfurter Börse
Heute: Moderator von TV-Shows („Nur die Liebe zählt“)



Heino
Früher: Versicherungsvertreter (1956–1961)
Heute: Ewig bebrillter Schlagerstar



Karl-Heinz Rummenigge
Früher: Banklehre (abgebrochen)
Heute: Nach Profi-Fußballkarriere Vorstandschef der FC Bayern München AG